

La Unión Económica y Monetaria europea en el discurso periodístico británico

[Metadata, citation and similar papers](#)

al de Revistas Científicas Complutenses

joaquimbotero@ccma.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 21 de septiembre de 2007

Aceptado: 18 de diciembre de 2007

RESUMEN

Analizamos el papel de la prensa británica en relación con la posible implantación de la moneda única europea, el euro, en Gran Bretaña. Nuestra atención ha tendido a centrarse en los momentos más importantes del proceso de implantación del euro, especialmente, últimos días de 2001, primeros de 2002. Hemos tomado como objeto de nuestro análisis el tratamiento periodístico dado por nueve periódicos británicos de distintas características al asunto de la adopción del euro como moneda única en el conjunto del Reino Unido.

Palabras clave: euro, euroescepticismo, Gran Bretaña, Unión Europea, prensa.

The European Economic and Monetary Union in the British press

ABSTRACT

This paper focuses on the topic of the introduction of the Euro in the main British national newspapers. The paper undertakes a content and frame analysis of journalistic treatment on the single currency from a key stage in the development of monetary union -the adoption of the Euro as legal tender across the member states belonging to EMU in January 2002. The study covers the most important periods surrounding the launch of the Euro and the analysis is based on articles taken from nine national newspapers representing the tabloid, mid-market and broadsheet sectors of the British newspaper market.

Keywords: Euro, euroescepticism, Great Britain, European Union, press

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Fuentes y metodología. 3. La prensa británica y el euro. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

En 1975, los británicos fueron convocados a referéndum para pronunciarse sobre la permanencia o no de su país en la entonces Comunidad Económica Europea. Todos los periódicos nacionales, salvo el *Morning Star*, respaldaron sin paliativos el “sí” a la permanencia, por el que al final optaron 17 millones de votantes (67,2 %), frente a los 8 millones de electores contrarios (32,8 %), en un plebiscito con un índice de participación del 65 %. Según los cálculos cuantitativos del profesor Colin Seymour-Ure, el 54 % de la mancha periodística relativa al asunto era favorable a la permanencia; el 21 %, contraria y el resto, neutral (RIDDELL, 1998: 105).

Casi treinta años después del mencionado referéndum, la percepción periodística del hecho comunitario es bastante distinta. Queda muy lejos aquella línea ideológica que llevó al mismísimo *The Sun* a proclamar en el día del referéndum: “Sí por un futuro juntos, No por un futuro solos” (RIDDELL, 1998: 106). Lo que apenas ha cambiado es el pragmatismo capitalista de los propietarios de los periódicos. Si entonces veían sus intereses implicados en las ventajas del mercado común, hoy, no los ven en la adopción de una nueva moneda, el euro, en sustitución de la libra esterlina.

Los últimos quince años de la prensa británica en relación con el hecho comunitario pueden resumirse, en palabras de Daniel Stephen BILEFSKY¹, en “un cocktail de verdad, media verdad y pura fabricación”, en el que el contenido de numerosos titulares ha llegado a formar parte del “folclore nacional” británico.

Con el presente trabajo, proponemos un análisis de la prensa británica en relación con el hecho comunitario más importante de la historia de la Unión Europea y del que ha quedado al margen el Reino Unido: la implantación de una moneda común continental en sustitución de doce monedas nacionales.

2. Fuentes y metodología

El método de investigación utilizado en el trabajo que vamos a presentar a continuación ha sido el del análisis cualitativo de contenido. Se trata de un conjunto de técnicas de tratamiento de unidades de texto -en nuestro caso, periodístico- que facilita el estudio de la exposición de un objeto en los medios.

Mientras que en la realización de análisis de contenido cuantitativo se procede a la medición de la cantidad de unidades de texto publicadas, superficie ocupada por las mismas, tamaño de los titulares, menciones del asunto en cuestión y sus equivalentes económicos; en la realización de análisis de contenido cualitativo se evalúa la eficacia comunicacional, el nudo discursivo, la capacidad de transmisión de valores y atributos, la adecuación de lo publicado según determinados objetivos y el sentido de las menciones del objeto de interés.

¹ Daniel Stephen BILEFSKY es autor de la tesis doctoral *Fleet Street Meets Maastricht: The European Union and the British Press in 1992*, defendida en St. Antony's College (University of Oxford) en 1997.

Dada la desbordante abundancia de unidades de texto periodístico publicadas en torno al euro, es evidente la necesidad del recurso a métodos de investigación operativos, tales como la periodización del análisis. Nuestra atención ha tendido a centrarse en los momentos más importantes del proceso de implantación del euro: últimos días de 1998, primeros de 1999 y últimos días de 2001, primeros de 2002. De acuerdo con nuestro planteamiento analítico, siempre que hemos podido resolver nuestros objetivos con tal campo de investigación, lo hemos hecho, y allí donde no ha sido posible, lo hemos abierto.

Los medios impresos de nuestro interés han sido, principalmente, los periódicos diarios de difusión nacional *The Sun*, *Daily Mail*, *Daily Express*, *The Times*, *The Daily Telegraph*, *The Independent*, *The Guardian*, *Financial Times* y *Daily Mirror*.

3. La prensa británica y el euro

Para el desarrollo de este apartado nos detendremos, primero, en el campo de las cabeceras con discurso euroescéptico y, luego, en el de los títulos más próximos a tesis europeístas.

3.1. El discurso de la prensa euroescéptica²

Entre los rotativos de esta primera clasificación destacan *The Sun*, *Daily Mail*, *Daily Express*, *The Times* y *The Daily Telegraph*.

Peter J. ANDERSON y Anthony WEYMOUTH han agrupado en tres categorías las razones por las que, desde el punto de vista de estos autores, parte de la prensa británica se opone a una mayor profundización en el proceso de integración europea. Aplicadas a nuestro caso de estudio, el marco sería el siguiente:

♦ Razones económicas (también con dimensión socio-política)

- La prensa cuestiona las consecuencias económicas que para el país supondría la adopción del euro.
- La prensa cuestiona las repercusiones internas derivadas de la firma de Tratados que, como el de Maastricht, incluyen Capítulos Sociales y comprometen a los Estados a someterse a disciplinas de política económica que exigen “sacrificios”.

♦ Razones políticas

- La prensa cuestiona las implicaciones políticas de las cesiones de soberanía que supondría adoptar la nueva moneda.
- La prensa cuestiona la capacidad y la naturaleza del sistema político comunitario.

². Nuestra investigación se centra en la prensa diaria, pero también es interesante la labor de dos importantes semanarios: *The Economist* y *The New Statesman*. Al respecto, recomendamos la consulta de DíEZ MEDRANO, Juan (2003): *Framing Europe: Attitudes to European integration in Germany, Spain, and the United Kingdom*. Princeton, Woodstock (Oxfordshire), Princeton University Press.

♦ Razones histórico-culturales

- La prensa recela de las ambiciones y de los intereses de los otros miembros de la Unión y, especialmente, de las veleidades expansionistas de Alemania.
- La prensa se arroga la defensa de valores y símbolos tradicionales británicos.

Empecemos por el discurso de los “broadsheets” euroescépticos, *The Times* y *The Daily Telegraph*.

Dentro de la primera categoría de razones para oponerse a la entrada en la unión monetaria, la prensa británica recurrió en su día con insistencia a los problemas socio-económicos experimentados por los países comprometidos con el Tratado de Maastricht para alcanzar los objetivos consignados en dicho acuerdo. No resulta difícil encontrar muestras de ello bajo titulares suficientemente expresivos, como el de la página 10 de la edición de *The Times* del 3 de marzo de 1997: “*El récord de desempleo alemán golpea las esperanzas de entrada en el euro*”, o como el de la página 15 de la edición del 7 de marzo del mismo año: “Los sindicatos alemanes urgen a poner freno al euro mientras aumente el desempleo”.

The Daily Telegraph insertaba en la página 37 de su edición del 28 de marzo de 1997 una unidad de texto en la que, bajo el titular “Manifestantes europeos en marzo por el empleo”, se lee: “Trabajadores de todo el continente temen cada vez más que las medidas de austeridad orientadas a alinear las economías con los criterios de Maastricht para alcanzar la unión económica comiencen a suponer un peaje en términos de empleo”. Tres días más tarde, Alan Gimson firmaba una unidad de texto en la página 10, titulada “Alemania dice no a la euro tasa”, en la que, de nuevo, se aludía a los sacrificios de la convergencia: “Los alemanes se oponen tajantemente al incremento de impuestos para alcanzar los criterios de Maastricht”.

Otro buen ejemplo de argumentación de razones económicas para oponerse a la moneda única lo encontramos en la página 11 de la edición del *Daily Telegraph* del 20 de marzo de 1997, en la que Philip Johnston actúa de correa de transmisión de las tesis de un partido político con la singularidad británica de fondo: “Los Tories [Partido Conservador] no quieren firmar el Capítulo Social [del Tratado de Maastricht], que ellos creen, introducirá las escleróticas prácticas laborales de la Europa continental y un salario mínimo”.

El discurso periodístico nacionalista británico basado en asuntos económicos se hizo aún más intenso en el año 1999, ya con el euro como moneda oficial en términos contables. La ética del trabajo y la cultura empresarial británicas fueron contrastadas entonces frecuentemente con la presunta ineficiencia de los socios europeos. La entrada en el euro supondría, a los ojos de parte de la prensa, una amenaza para el estado de bienestar.

El mismo día en que el Consejo Europeo hacía pública la lista de países que compondrían la zona euro -2 de mayo de 1998- Christopher Fildes escribía en la

página 32 del *Daily Telegraph*: “Lo que hace que una unión monetaria funcione con éxito en un área grande y diversa lo ejemplifica Estados Unidos. Un alto grado de movilidad laboral -la gente se desplaza a donde está el trabajo- favorecida por una lengua común. Un mercado laboral altamente flexible -los sueldos pueden tanto bajar como subir. Todo ello apuntalado por sustanciosas transferencias fiscales”.

Por su parte, el 2 de mayo de 1998, *The Times* utilizaba su columna editorial de la página 21 para, entre el análisis y la política, hacer hincapié en lo indeseable del proyecto europeo de unión monetaria: “Al nivel más básico, los tesoros y bancos centrales no podrán cambiar más ni el tipo de interés ni los tipos de cambio como absorbentes de los “shocks” propios del ciclo económico”. Y en la misma unidad de texto, incluía la representación de ominosos escenarios socio-económicos vinculados a los esfuerzos de los Estados aspirantes a formar parte de la zona euro en primera ronda por cumplir con los criterios de convergencia de Maastricht: “Colas para pedir el subsidio de desempleo, que en Italia, Francia y Alemania son las más altas que se recuerdan. La gente está cansada de sacrificios en nombre de la moneda única”.

El 2 de enero de 2002, el día después del estreno definitivo del euro, *The Times* insertaba en su página 14 una columna firmada por David Owen (identificado como co-jefe de la campaña por el No al euro) sintética quizá de la postura del propio periódico al respecto de la nueva moneda. Bajo el título “[Gran] Bretaña está en auge, así que ¿por qué arriesgarse al euro?”, lanzaba la idea desde la primera línea del texto: “[Tony] Blair no debería tener prisa en unirse [al sistema de moneda única] cuando nuestra economía está marchando tan bien sola”.

Una particularidad de *The Times*, prácticamente exclusiva dentro del campo de toda la prensa euroescéptica, es la oportunidad que este periódico brinda a voces contrarias a su línea editorial, como es el caso de las columnas de Peter Riddell, defensor de la entrada británica en el sistema de moneda común.

Hablando ya de la segunda categoría de razones para oponerse a la entrada en la unión monetaria, las razones políticas, es obvio el recurso de la prensa británica a apelaciones en defensa de la soberanía nacional. Lo cierto es que esta segunda categoría de objeciones suele presentarse en simbiosis con la tercera, la que alude a razones histórico-culturales. En este sentido, abundan las alusiones a la “amenaza” alemana. Sirva de ejemplo el texto de Roger Boyes insertado en la página 12 de la edición de *The Times Magazine* del 8 de marzo de 1997, en el que, bajo el título “Sad King Kohl”, el periodista escribía:³ “Los británicos en particular consideran el apetito de [Helmut] Kohl como una poco saludable metáfora de ambición nacional. El hombre [Kohl] engulle dos cenas, Alemania del Este y, una vez digerido el Estado ex-

³. Hemos preferido dejar el título original por su contenido simbólico. El artículo se acompañaba con una caricatura engordada del ex-canciller alemán, Helmut Kohl, en la que aparecía con un tenedor con el que pinchaba a Europa, como si se tratase de un trozo de comida, dispuesto a comérsela. Este texto también encaja como buen ejemplo de la tercera categoría de razones antieuropeístas, las histórico-culturales.

comunista, vuelve su mirada sobre Europa”.

Profunda carga política también encontramos en el editorial de la página 19 de la edición del 4 de mayo de 1998 del *Telegraph*. En esta ocasión, bajo el título “La moneda del fracaso”, las tintas se cargan contra la propia naturaleza del sistema político comunitario: “«Todavía no he nacido: Oh! Lléname de fuerza contra aquellos que me golpearían como [...]. O de otro, mátame». Con disculpas a Louis MacNeice [poeta a quien corresponden las palabras anteriores], si fuera permitida una oración al nacimiento del euro, sería ésta... Esta particular disputa [se refiere a la disputa sobre el nombramiento del presidente del Banco Central Europeo] no ha diferido de cientos de otras reuniones del Consejo de Ministros [de la Unión], en los que las promesas y los principios son regularmente sacrificados ante la necesidad de lograr acuerdos. Es una prueba más, sin embargo, de que todo lo que toca Bruselas se hace político”.

The Daily Telegraph ofrecía dos excelentes ejemplos de motivaciones histórico-políticas en su edición del primero de enero de 2002, día del estreno definitivo del euro. El primero de ellos lo firmaba en la página 4 Ambrose Evans-Pritchard bajo el “sugerente” titular “El Reichbank de Hitler fue el padre de la UEM [Unión Económica y Monetaria]”. El segundo lo encontramos en el editorial de la página 21, en el que bajo el título “La reina y la moneda”, el periódico repasaba orgulloso la era “Isabeliana” [“Elizabethan age”], desde 1552, y terminaba el artículo diciendo: “[...] Ningún príncipe de Europa debería tener la osadía de invadir las fronteras del reino [de Isabel I de Inglaterra]. Tony Blair, Charles Kennedy y varios piensan que debemos rendir nuestra moneda simplemente porque otros lo han hecho. Qué tontos fueron nuestros padres si esto fuera verdad”. *Telegraph* ya había dejado bien clara su postura respecto al euro en el encabezamiento de su editorial de la página 21 de la edición del primero de enero de 1999: “El sueño de Europa, no el nuestro”.

En términos de política interna, la prensa británica suele pasar factura al Gobierno de turno en función de la actitud de éste frente al hecho comunitario, circunstancia aún más patente con el euro de por medio, como demuestran los siguientes titulares publicados en la edición de *The Times* del 24 de febrero 1999 a propósito de “guiños” gubernamentales a la moneda única: “Blair comienza la batalla por el euro”, leemos en la primera página; “No tan deprisa, primer ministro”, leemos en la 27. Y de igual modo *Telegraph*, que, en texto firmado por Sarah Womack y Andrew Sparrow en la página 8 de la edición del 5 de enero de 2002, reproducía las siguientes palabras atribuidas a Alan Budd, asesor del Tesoro hasta octubre de 1997, sobre la decisión en torno a la participación británica en el euro: “Será política, no económica”.

Más en relación directa con la categoría de razones histórico-culturales para oponerse al proyecto de integración europea, en general, y al de moneda única, en particular, encontramos las apelaciones de la prensa británica en contra del “regulacionismo” comunitario, en el que a menudo ven ataques directos a libertades y costumbres tradicionales vernáculas en campos tan diversos como el medioambiente,

el pedigree de animales, las pensiones, la acuñación de moneda, el castigo corporal o la seguridad en materia alimentaria. Es lo que Daniel Stephen BILEFSKY denomina en su Tesis “euromitos”, una especie de “fantasmas” [el término es nuestro] relacionados con el hecho comunitario creados y alimentados por la prensa.

Sería interesante abrir una línea de investigación sobre el nivel léxico-semántico utilizado por los periodistas británicos en el tratamiento de los asuntos comunitarios. Peter J. ANDERSON y Anthony WEYMOUTH hacen algunas interesantes reflexiones en su obra a este respecto. No parece fruto del azar la elección de determinadas palabras, cargadas de connotaciones, en lugar de otras menos emotivas. Los mencionados autores ponen el ejemplo de un texto aparecido en la página 15 del *Telegraph* del 21 de marzo de 1997 en el que objetan la elección del verbo “police” (“vigilar”), en lugar de “monitor” (“observar” o “seguir la evolución de”) o “guarantee” (“garantizar”), en el titular “EU creates team to police food safety” (“La Unión Europea crea un equipo para vigilar la seguridad alimentaria”); o la elección de palabras como “bureaucrats” (“burócratas”), en el sentido de no elegidos o ilegítimos, para referirse al personal oficial de la estructura institucional comunitaria⁴.

El fenómeno léxico-semántico es particularmente interesante en las páginas de los “*tabloids*”, caracterizados precisamente, entre otras cosas, por el registro coloquial utilizado en la redacción de sus contenidos. ANDERSON y WEYMOUTH han visto en ello una manifestación del comercialismo periodístico: “Los inexorables imperativos comerciales de la prensa para sostenerse a sí misma a toda costa han influido en la calidad del discurso. El discurso de algunos títulos se ha hecho altamente coloquial, emotivo y a menudo fuertemente xenófobo” (ANDERSON, WEYMOUTH, 1999: 61).

Detengamos nuestra atención entonces en el análisis del discurso de los principales “*tabloids*” euroescépticos, *Daily Express*, *The Sun* y *Daily Mail*.

En líneas generales, la prensa sensacionalista británica afronta el hecho comunitario de manera bastante distinta a como lo hacen los “*broadsheets*”, tanto desde el punto de vista de la menor superficie de mancha dedicada, como desde el punto de vista de una más restringida selección de los temas y de un particular tratamiento de los mismos. Incluso dentro de este tipo de prensa se suelen hacer distinciones: por un lado, los “*tabloids*” de medio mercado -como *Daily Express* y *Daily Mail*- y, por otro, *The Sun*.

Tomando como guía el esquema de razones para oponerse a la moneda única expuesto anteriormente, la prensa sensacionalista británica fijó bastante en su día la atención, por lo que a lo económico se refiere, en el Capítulo Social, que identificó con el socialismo, y, ya en momentos más próximos al lanzamiento definitivo del euro, en

⁴ La diferencia en el uso del lenguaje es muy perceptible si se comparan unidades de texto relativas al mismo hecho, pero publicadas por distintos periódicos, como podrían ser el *Telegraph*, por no mencionar el caso extremo de los *tabloids*, y el *Financial Times*.

los potenciales abusos con los que vendría acompañada la nueva moneda. Por cuanto a las implicaciones políticas, se centró en las cesiones de soberanía y, por lo que a historia y a cultura se refiere, en la relación con Francia y Alemania y en las tradiciones sociales propias. Aunque, como ya ha quedado dicho, en muchas ocasiones no resulta fácil etiquetar con concreción las unidades de texto, porque en ellas se detectan varios tipos de razones en contra de la adopción del euro.

Al igual que los “broadsheets”, los tabloides han incidido, si bien con desigual frecuencia, pero también a modo de admonición interna, en las dificultades experimentadas por los países continentales en su camino a la adopción definitiva del euro. John Langland firmaba una unidad de texto en la página 23 de la edición de *Daily Mail* del 22 de marzo de 1997 en la que, a propósito de las cifras de desempleo en Alemania y en Francia, escribía: “Francia -como otros países de la Europa continental- está vinculada por una red de políticas que ella misma ha hilado, todas inspiradas en la creencia de que la integración europea es una panacea [...]. Hablando en general, ellos no ven que sus penas son consecuencia directa de los preparativos del gobierno para la llegada del euro”. El asunto del desempleo está casi siempre presente, en numerosas ocasiones de manera tan directa como en el siguiente titular de la página 10 del *Daily Mail* del 26 de febrero de 1999, en pleno debate sobre ciertos “guiños” de Tony Blair a la nueva moneda: “Una amenaza creciente para el empleo británico”.

Con ocasión de las celebraciones oficiales en Bruselas por el estreno a efectos contables de la nueva moneda, el 1 de enero de 1999, John Laughland ofrecía en la página 8 del *Mail* de ese día el siguiente relato, titulado “Día-D para océanos de pompa, palabrería, egos inflados y grandioso plan para Europa”: “Producto de décadas de palabrería, el euro es un monumento al hinchado sentido de engreimiento de la elite política de Europa y los burócratas que se juntaron ayer para testificar su nacimiento. Nada puede pinchar la seguridad en sí mismos de los poderosos hombres de Europa, que viven y respiran sólo el enrarecido aire de la estratosfera política [...]. Mientras todos los ojos estaban fijos en cómo los globos se iban poco a poco, los problemas de la realidad de cientos de millones de comunes europeos eran deliberadamente ignorados. Mientras limusinas se introducían como rayos en el edificio que aloja al Consejo Europeo, y mientras engreídos políticos y sus lacayos eran atiborrados, dentro se preparaban las copas de champaña en la forma del símbolo del euro, una especie de “C” con dos líneas atravesándolo [se refería a la letra griega épsilon, ϵ]. Y a la hora de describir la actuación de los políticos se refería como sigue a algunos de ellos: “[El ministro de finanzas italiano] llevado por la exuberancia latina, proclamó: “Europa tiene un mensaje para el mundo” -manejando antes torpemente sus papeles, incapaz de encontrar la siguiente página de su discurso para decir sólo cuál era el mensaje. El [...] ministro de finanzas francés chupaba una pipa mientras M. Santer -con sus mejillas coloradas de años de beber los mejores vinos- degustaba un lánguido cigarro”.

Daily Mail no fue menos combativo en los días siguientes al estreno a todos los efectos de la nueva moneda. Para empezar, el 1 de enero de 2002, advertía en un

reportaje en su página 7, titulado “Cómo las estafas podrían llegar a [Gran] Bretaña”, que “los británicos podrían enfrentarse a caos y estafas en casa y en el extranjero desde el momento en que Europa toma [con la adopción del euro] el mayor riesgo financiero de la historia”. El mismo día 4, completaba su repaso a las primeras horas del euro en los bolsillos de la ciudadanía con un trabajo de Andrew Alexander, publicado en la página 14, en el que, bajo el titular “No caigáis en toda esta euro euforia”, hacía la siguiente descripción del primer día de la nueva divisa: “El cambio al euro ha ido maravillosamente fluido. Así dicen las autoridades europeas, como parte de Fleet Street [se refiere a la prensa británica europeísta]. Aquellos que hicieron cola de dos horas y media en el Banco [Central] holandés, [los que] tuvieron un atasco de tráfico de cinco millas en una autopista italiana o [los de] la presencia policial para sofocar a los pensionistas que protestaban en Nápoles no deberían sentirse tan eufóricos”⁵.

También en el Capítulo Social del Tratado de Maastricht ha visto esta prensa amenazas al empleo nacional. En realidad, casi todas las críticas pueden reconducirse al ámbito laboral: instauración de salarios mínimos, aplicación de leyes y prácticas laborales continentales, etc. Peter Hitchens firmaba en la página 11 de la edición de *Daily Express* del 4 de mayo de 1998 las siguientes palabras: “¿Oigo a un niño llorando? La vanidad y el disparate de nuestros líderes [políticos] está precipitando a Europa a la miseria y a la violencia y son los niños y adolescentes de hoy quienes pagarán por ello en el negro futuro que les estamos preparando [...] cuando la moneda única conduzca a desempleo, recortes salariales, incrementos impositivos salvajes y al renacimiento del fascismo”.

Ya en el apartado de las implicaciones políticas de una hipotética adopción del sistema de moneda común, la prensa sensacionalista ha centrado su atención en las cesiones de soberanía que ello supondría. En este sentido, *Daily Express* explotó en su día con profusión las oportunidades brindadas por las declaraciones públicas de los miembros del Partido del Referéndum, marcadamente pro-soberanista: “El gobierno no tiene derecho a entregar la soberanía. Nuestra soberanía no pertenece a los políticos. Pertenece a la gente”, eran las palabras de James Goldsmith, líder del mencionado partido, publicadas en la página 2 de la edición del 8 de abril de 1997.

La prensa británica euroescéptica alaba los reveses del Gobierno al euro y critica los “guiños”: “[Blair está] entregando [Gran] Bretaña trozo a trozo” (titular en la página 2 del *Daily Mail* del 20 de octubre de 1999); “Vendiéndose por un euro” (titular en la página 12 de la edición del 26 de febrero de 1999 del mismo periódico); “Si los cobardes políticos británicos no actúan, debe hacerlo la gente”; “¿Por qué debe [Gran] Bretaña seguir rindiéndose [a la Unión Europea]?” (ambos titulares publicados por *Daily Mail* el 27 de octubre de 1999, páginas 2 y 12, respectivamente).

⁵. Más adelante, cuando abordemos el discurso de la prensa no euroescéptica, veremos la notabilísima diferencia de esta descripción con la que hace, por ejemplo, *Financial Times*.

Al igual que en los “broadsheets”, el proceso de designación del presidente del Banco Central Europeo en 1998 fue aludido por los tabloides en su vertiente más política. En su columna editorial del 4 de mayo de 1998, *Daily Mail* recurría a metáforas de lenguaje duro, en referencia al nombramiento de Wim Duisenberg, con las que recibía el estreno del euro en los mercados de divisas internacionales: “Dos perros luchando por un hueso [Francia y Alemania] apenas habrían lanzado la moneda única con menos decoro [...] la presidencia del Banco Central Europeo ha parecido una pantomima”. Dos días antes, en otro editorial, *Daily Mail* había dejado ya bastante clara su postura: “Aunque el *Mail* tiene profundas reservas, no se puede negar que el lanzamiento del euro es un notable logro de imaginación y futuro político. Y he aquí precisamente el problema. El principal propósito de este vasto ambicioso proyecto es político y no económico. Es poner los cimientos de un superestado europeo inevitablemente dominado por Alemania [...]. Al menos [Gran] Bretaña ha tenido el buen sentido hasta el momento de quedarse fuera de la moneda única”.

Pero donde el discurso euroescéptico de los tabloides británicos se hace más patente es en el capítulo histórico-cultural, donde, como apuntan Anderson y Weymouth, sobran ejemplos de nacionalismo rayano, a veces, en la xenofobia. Apelaciones a las tradiciones, defensa de lo vernáculo, caricaturización o ridiculización de todo cuanto se entienda amenazante a la singularidad británica, recurso a episodios pasados, estereotipación, germanofobia, francofobia... Y quizá sea en esta categoría de razones en la que más se nota la carga emotiva y la radicalización lingüísticas utilizadas con frecuencia en las páginas periodísticas de las que estamos hablando. Sirva de ejemplo el siguiente titular extraído de la portada del *Daily Mail* del 24 de febrero de 1999: “Preparándose para matar la libra: Y no importa un comino lo que los británicos piensen”.

Si hay un paradigma del uso conversacional del lenguaje en páginas periodísticas es *The Sun*⁶, líder absoluto de ventas en el Reino Unido y que, dadas sus características, hemos decidido tratar un tanto aisladamente.

La línea editorial de *The Sun* es marcadamente euroescéptica, por utilizar un eufemismo, aunque los temas europeos apenas suscitan interés para esta cabecera.

Recurriendo a la categorización de razones a la que venimos aludiendo por las que la prensa euroescéptica británica desconfía del proceso integrador europeo, también *The Sun*, por lo que a lo económico se refiere, puso en su día al Capítulo Social del Tratado de Maastricht, al que identificó con socialismo, en el punto de mira de sus críticas. Ya en días más cercanos, una de las grandes preocupaciones de *The Sun* pasó a ser el posible abuso aparejado a la introducción de la nueva moneda. No obstante, si ya en otras cabeceras se hace difícil clasificar las unidades de texto en una categoría u otra, en *The Sun* es aún más complicado, porque “Europa” suele ser la justificación

⁶. De hecho, este periódico fue el pionero en el recurso a este tipo de registro, puesto de moda en 1969.

para ofrecer un discurso nacionalista complejo en el que se funden implicaciones económicas, sociales, políticas, culturales e históricas.

Contrariamente al habitual desinterés de *The Sun* por los temas europeos, los sucesivos acontecimientos en torno al lanzamiento del euro han sido tratados con excepcional cobertura, enfática en la oposición del periódico al proyecto. En momentos clave del proceso de instauración de moneda común, la cantidad de texto y la de imágenes relativos a este asunto se han incrementado muy notablemente en relación con la escasa atención prestada de ordinario.

En su página 2 del 1 de enero de 1999, día del “primer gran estreno” del euro, Trevor Kavanagh -jefe de la sección política de *The Sun*- y Stewart Whittingham, firmaban sendas duras columnas bajo los respectivos títulos “Apostando con las vidas de 298 millones [de personas]” y “Once naciones comienzan a morir...cuando nace Eurolandia”.

Durante los primeros días de enero de 2002, *The Sun* publicó varios reportajes sobre el aumento de precios que suponía el euro. En su edición del 2 de enero, llevó a primera página el titular “Empiezan las euro estafas”, encabezamiento de un amplio reportaje que se extendía por sus páginas interiores 8 y 9 y firmado por Charles Yates, Grant Rollings y Paul Crosbie. Este reportaje se basaba en experiencias de pago en euros forzadas por los mencionados autores de las que, entre otras, hacían las siguientes deducciones: “15 libras por una carrera de taxi de 10 [libras]. La gran euro estafa comenzó ayer, cuando la moneda única golpeó las calles británicas. La peor estafa fueron las 1,26 libras por un ejemplar de *The Sun*. Eso es cuatro veces más de los 30 peniques que normalmente cuesta el periódico favorito británico si se paga en libras”. Al día siguiente, en la pluma de Charles Yates, *The Sun* volvía a la carga en su página 3 con otro reportaje, titulado “Rebaja tu carro si compras en euros”, basado en la comparación de las consecuencias de hacer la compra en un supermercado usando euros o libras esterlinas y concluyendo, tras extrañísimas conversiones, que la misma cesta salía bastante más cara en euros.

Buen ejemplo de la dificultad de categorizar las unidades de texto insertadas por *The Sun* a propósito del euro lo da el editorial de la página 6 de su edición del 2 de mayo de 1998, en el que, bajo el titular “A lesson for dim Santer. Arrogant Euro-Twit Jacques Santer has proved his ignorance of democracy yet again”,⁷ el rotativo arremetía de la siguiente manera: “Según Santer, inexplicable a los votantes que pagan sus ciento sesenta mil libras anuales, la decisión de desechar la libra esterlina ya ha sido tomada [...]. El euro es un desastre a la espera de suceder, un remiendo

7. Hemos decidido reproducir el titular en su lengua original por lo delicado de su traducción, dado que algunas de sus palabras admiten grados de descalificación, así, “dim” puede ser traducido por “tonto” o por “torpe” y “twit”, por “tonto” o por “capullo”, calificativos que *The Sun* aplicaba al entonces presidente de la Comisión Europea, del que, además, decía que había vuelto a demostrar una vez más su ignorancia de lo que es la democracia.

fraudulento producto de riñas secretas, acuerdos sórdidos y reglas rotas. Nosotros estamos bien fuera. Y pronto el gobierno tendrá que admitirlo”.

Más claramente categorizables en el campo de las razones políticas para oponerse al euro son las apelaciones de *The Sun* en defensa de la soberanía británica, como en el siguiente editorial de la página 6 de la edición del 17 de abril de 1997: “Está claro que el Partido Tory nunca metería a [Gran] Bretaña en la moneda única. Son apenas un puñado los parlamentarios favorables a una intensificación de la integración política y económica. El interés nacional es más que sólo si estamos mejor de dinero. Nuestra soberanía, [nuestro] patrimonio y [nuestro] estilo de vida importan también [...]. Así que, cada candidato de cada partido debe explicar con detalle lo que él o ella cree sobre la moneda única. En un “meeting” público o parando a tu candidato en la calle, pregúntale a quemarropa. Si se enrolla, tómallo como un “sí” [al euro]. Y dile que votarás a otro [así resaltado en el original]”.

También es decisión política de *The Sun* la frecuente inserción en sus páginas de declaraciones contrarias al euro vertidas por la ex-primer ministro Margaret Thatcher,⁸ a la que los periodistas de la cabecera de Murdoch suelen llamar “Maggie” y que, de vez en cuando, firma también columnas de marcado corte euroescéptico, al igual que el novelista y ex-corresponsal Frederick Forsyth.

Ya en el terreno de lo histórico-cultural, la fijación de otras cabeceras sensacionalistas británicas con Alemania no tiene paralelo en el caso de *The Sun*, que extiende sus dudas sobre todos los socios comunitarios del Reino Unido en una empresa que considera un “engaño” y que ve como una trama corrupta de intrigas, luchas soterradas e intereses espurios.

3.2. El discurso de la prensa no euroescéptica

Bajo este epígrafe analizaremos el tratamiento de los asuntos comunitarios, en particular el del lanzamiento del euro, brindado por los “broadsheets” *The Independent*, *The Guardian* y *Financial Times* y por el “tabloid” *Daily Mirror*.

En palabras de Peter J. ANDERSON y Anthony WEYMOUTH, “la prensa británica nunca ha explicado enteramente a su público las ventajas de una moneda única. Este déficit informativo se debe a dos razones, primero, al masivo dominio del sector por parte de la prensa euroescéptica y, segundo, que incluso en la prensa no euroescéptica existen dudas al respecto de la unión económica y monetaria” (ANDERSON, WEYMOUTH, 1999: 93). *The Independent* y *The Guardian*, por ejemplo, al igual que la prensa euroescéptica, pero en distinto grado, hicieron en su día bastante hincapié en los problemas experimentados por los países firmantes del Tratado de Maastricht para cumplir con los criterios de convergencia, algo que, obviamente, no colocaba al proyecto de unión monetaria en un buen lugar. Puede decirse que, mientras la prensa euroescéptica reclama rechazo hacia el euro, la clasificable de no euroescéptica llama

⁸. A quien se le atribuye la afirmación de que la única moneda única es el dólar.

a la cautela y a la prudencia.

Dentro del esquema de categorización de implicaciones -económicas, políticas e histórico-culturales- de la adopción de una nueva moneda, *The Independent* ha seguido -y sigue- una línea, por lo que a lo económico se refiere, en sintonía con las tesis mantenidas en los círculos de negocio británicos, proclives a ulteriores afianzamientos de los lazos con el resto del continente, incluida la participación en el sistema de moneda común. En su editorial de la página 17 de la edición del 18 de marzo de 1997, *The Independent* titulaba: “Olvidad los números -se trata de nuestro futuro”, y, entre otras cosas, decía: “Los negocios siguen diciendo, si bien en voz baja, que Europa es nuestro futuro, [John Major] no puede hacer uso de símbolos de nostálgico nacionalismo británico-inglés”. Y unos días más tarde, el 23, en vísperas de las elecciones británicas que enfrentaban a Major y a Blair, Sarah Helm firmaba una unidad de texto en la página 16 en la que, bajo el título “La Unión Europea aguarda con cautela y regocijo a Blair” se lee: “El lanzamiento de la unión económica y monetaria producirá la más elevada integración política y económica vista. “Si no nos unimos, estaremos fuera de la unión. Estaremos fuera del bloque de toma de decisiones”, dijo Roy Denman, ex-embajador de la Unión Europea en Washington. Si el señor Blair se mantiene fuera de la moneda única no tendrá oportunidad de adoptar un papel de liderazgo en la formación de Europa”. Es frecuente en *The Independent* el recurso al discurso secundario o citación directa en relación con temas comunitarios, como en su portada del 2 de enero de 1999, en la que titulaba: “[Roy] Jenkins acusa a Blair de falta de valentía en materia de unión económica y monetaria”.

Estas dos inclinaciones de *The Independent* puestas de manifiesto en el párrafo precedente, su tendencia a juzgar los acontecimientos comunitarios en clave de futuro y el recurso al discurso secundario, se repitieron profusamente en los primeros días del año 2002, con el euro ya en circulación oficial a todos los efectos. El día 1, encabezaba su editorial de la página 3 de la siguiente manera: “El euro es más que economía -es nuestro ser parte de lo europeo en conjunto”. Tres días después, Nigel Morris y Stephen Castle, bajo el titular “Blair advierte que Gran Bretaña no puede esconderse del euro”, llevaban a primera página las siguientes declaraciones del primer ministro británico: “Por supuesto que el euro es ahora una realidad, así que pienso en la idea de que rehuir de ello o meter nuestra cabeza en la arena y pretender que no existe sería muy estúpido. Tenemos que prepararnos para ello”.

Aparte estos textos, *The Independent* también ha expresado dudas en torno al proyecto de nueva moneda, a la luz de las consecuencias que para los países de la tercera fase tuvo el cumplimiento de los criterios acordados en la cumbre de Maastricht. Es la ambivalencia de lo que Anderson y Weymouth denominan “euroescpticismo pro-europeo”, evidente, incluso en el nivel léxico, en el siguiente fragmento de una unidad de texto firmada por Katherine Butler y publicada en la página 8 de la edición de *The Independent* del 4 de mayo de 1998: “Llevó once tortuosas horas la cocina de quién dirigiría el Banco Central [Europeo]. Pero el arreglo de compromiso se enfrenta

ahora a retos políticos y legales que podrían todavía estropear el lanzamiento del euro”.

La tibieza de *The Independent* en la defensa del proyecto de moneda común europea en el campo económico se reproduce también en el político, aunque sin caer en discursos soberanistas. “Sucedá lo que suceda con la moneda única... el futuro británico es europeo”, decía su columna editorial del 1 de marzo de 1997; veintidós días después, otro editorial decía: “La postura negociadora del señor [John] Major en Maastricht será recordada como sabia, un logro de previsión y una señal de servicio a su país”.

En líneas generales, no puede decirse sin riesgo de equivocación que en el Reino Unido exista una prensa inequívocamente europeísta, en todo caso, cierta postura ideológica del periodista, de alguna manera intermedia entre europeísmo y nacionalismo, como la que se detecta en los trabajos de James Roberts y Neal Ascherson, publicados por *The Independent* el 23 de marzo de 1997 en sus páginas 15 y 21, respectivamente. El primero, titulado “Lo que Europa puede enseñarnos a todos”, alude a las virtudes de algunos sistemas educativos europeos: “Francia y Alemania proporcionan a sus jóvenes una mejor educación que la que nosotros proporcionamos a los nuestros [...]”. Las clases medias confían a sus pequeños tesoros [se refiere a los hijos] al Estado [...]. Las escuelas estatales están bien fundadas, atraen a buenos profesores [...]”. Y unas páginas más adelante, Ascherson se preguntaba: “¿Somos el electorado que se desea?” y en el texto decía: “Se hacen comparaciones [...] con el sistema ferroviario francés, las escuelas alemanas, las granjas danesas, los presupuestos holandeses, el regionalismo italiano [...] este hábito [...] está abriendo una gran ventana mundial -y no puede cerrarse otra vez”. Se trata de unidades de texto indudablemente clasificables en la categoría de implicaciones histórico-culturales de la pertenencia a la Unión Europea. Aunque Anderson y Weymouth hablan también de ambivalencias en esta categoría, nosotros nos inclinamos más bien a pensar que cuando *The Independent* -o cualquier otro de los periódicos que estamos analizando ahora- inserta en sus páginas textos de “desalineamiento” histórico y/o cultural con el resto de los miembros de la Unión, es, en muchas ocasiones, más que ambivalencia, complementariedad, es decir, una oportunidad para que estos aprendan de los británicos.

El segundo periódico de nuestro interés en este apartado dedicado a la prensa no euroescéptica es *The Guardian*, para muchos el mejor diario británico por sus visiones de conjunto. De hecho, si bien intermitentemente, es el rotativo que más amplio rango de asuntos comunitarios trata y el que, desde nuestro punto de vista y en conjunto, con mayor calidad lo hace.

El tono editorial dominante de *The Guardian* es europeísta, sobre todo en las plumas del historiador David Marquand o en las de los periodistas Roy Hattersley y Hugo Young.

Con respecto a la moneda única, *The Guardian* nunca se ha mostrado contrario, pero, sin abandonar su tono europeísta, ha expresado algunas objeciones, como en su

editorial de la página 14 de la edición del 12 de marzo de 1997, en la que, bajo el metafórico titular deportivo “Lanzando contra el poste equivocado. Europa tiene prioridades mucho más urgentes que la moneda única”, decía a propósito del descontento social e industrial del momento en el continente: “Una moneda única puede ser lo adecuado en el momento justo, pero no es la varita mágica para curar los achaques de Europa”.

Como el resto de la prensa británica, aunque con distinto grado y sentido, *The Guardian* se ha mostrado prudente a la hora de defender en términos económicos la entrada del Reino Unido en el euro y ha antepuesto honestamente lo social, es decir, en la representación de los problemas experimentados por los países del euro en el periodo conducente a la adopción de la nueva moneda, este periódico ha adoptado un punto de vista ideológico.

Es difícil encontrar en otros diarios británicos columnas tan vehementemente europeístas como las de David Marquand, defensor, incluso, de tesis federalistas y de una reconstrucción de la “cultura europea” británica en una línea puramente europea. Parecida visión superadora de los estrechos márgenes nacionalistas es la del periodista y ex-parlamentario Roy Hattersley, que en una columna publicada el 25 de marzo de 1997 en la página 17 de *The Guardian*, apuntaba a la soberanía como un “problema” pasado y presente para la implicación británica en los proyectos comunitarios.

La crítica hecha por *The Guardian* a los proyectos comunitarios es una crítica constructiva. Cuando ha criticado la prioridad dada por los políticos de Bruselas al proyecto de unión económica y monetaria ha sido desde la convicción razonada de que había -o hay- otros asuntos de más importancia pendientes de resolución. No obstante, este periódico recibía el día 1 de enero de 1999 a la nueva moneda con un editorial con cierto aire de respaldo a la postura del Gobierno: “La posición laborista es la de permanecer a la espera de entrar en la unión económica y monetaria cuando las condiciones sean adecuadas y tras un referéndum [...]. Desde el punto de vista del gobierno, los próximos años -cuando en la zona euro el crecimiento sea más rápido que en el Reino Unido- proporcionarán un telón de fondo mucho mejor para la campaña por el euro que el de los últimos años. A lo mejor es por esto por lo que los ministros laboristas han estado manteniendo vivo el fuego tanto tiempo”. Y ya el 1 de enero de 2002, sus páginas editoriales no dejaban lugar a dudas sobre la actitud de *The Guardian* respecto a la nueva moneda. En la página 14, Hugo Young incidía en “el hecho del euro”: “[...] No tenemos más opción: El único camino para formar Europa es firmar ahora la completa unión económica”. Y en la siguiente página, era la impersonal “voz del periódico” la que, bajo el título “Euros por miles de millones: Todo el mundo debería beber por un éxito futuro”, llamaba a la conciliación: “Tony Blair está esperando a que el euro se cuele en Gran Bretaña [a través del turismo] por la puerta de atrás, y que los turistas británicos se familiaricen con él en vacaciones, nuestro escepticismo en torno a la moneda única se evaporará lentamente. Si él [Blair] quiere claramente este proceso podría, por supuesto, declarar al euro como segunda

moneda legal [...]. Euroescépticos y entusiastas deberían por igual enterrar sus diferencias, levantar sus vasos y desear al euro una larga y próspera vida”.

En el nivel histórico-cultural tampoco se detectan ya rasgos de desprecio, minusvaloración, exclusivismo o xenofobia. *The Guardian* trata con respeto y seriedad los asuntos y a las personas y rehuye de fijaciones infundadas.

No obstante lo dicho acerca de *The Guardian*, es en otro diario donde el europeísmo periodístico británico alcanza sus más altas cotas: *Financial Times*, cuyo discurso ideológico es plenamente legitimador de las actividades de la Unión Europea y alentador de la implicación británica en ellas, aunque con respecto a la moneda común, tampoco hizo causa de la entrada en primera ronda del Reino Unido en el nuevo sistema monetario.

Desde el punto de vista meramente económico, el más adoptado por *Financial Times*,⁹ es una cuestión de hecho la vinculación pasada, presente y futura del Reino Unido al mercado común europeo, dentro del cual, esta cabecera da por supuesto que el país británico desempeña un papel mayor.

Mientras la práctica totalidad de los diarios británicos apuntaban -algunos, como hemos visto, con extremado énfasis- a las dificultades experimentadas por los países aspirantes a participar en la tercera y definitiva fase del lanzamiento de la nueva moneda, *Financial* minimizaba tales contratiempos o, en todo caso, se hacía eco de ello sin caer en tonos admonitorios y rehuía de cualquier vaticinio fatalista al respecto. Como muestra, algunos fragmentos de un texto firmado por Martin Wolf insertado en la página 22 de su edición del 29 de abril de 1997, en el que, a dos días de las elecciones que a la postre darían el triunfo a Blair y bajo el titular “Esta UEM [Unión Económica y Monetaria] puede sin duda volar”, se hablaba del proyecto en los siguientes términos: “Al igual que en el referéndum [francés sobre la UEM] de septiembre de 1992, un presidente francés ha confiado aparentemente el destino de la unión económica y monetaria europea a la clemencia de un disgustado pueblo [se refiere a la convocatoria de elecciones en Francia]. Muchos en el Reino Unido esperan que el electorado francés les libre de tener que decidir si entrar o no [Lionel Jospin, vencedor a la postre, siguió el curso de los objetivos de Maastricht]. Se engañan a sí mismos. Es bastante más probable que la UEM vaya mejor de lo planeado. Hay tres razones para creerlo: la repetida insistencia de los líderes políticos europeos en lo importante que piensan que es este proyecto; todos ellos, incluido el francés, ya han impuesto todos los sacrificios necesarios para cumplir con los criterios de convergencia del Tratado de Maastricht; y que el sufrimiento consecuente de esa austeridad yace de largo en el pasado”.

⁹. Quizá sea esta excesiva inclinación precisamente algo que, en relación con el europeísmo, se le pueda reprochar a *Financial Times*, un periódico muy favorable al mercado común europeo pero poco dado a consideraciones comunitarias de otra naturaleza que no sean las puramente económicas y, por extensión, sus correlativas políticas.

Tampoco el nombramiento de Wim Duisenberg como presidente del Banco Central Europeo en mayo de 1998 tuvo el tratamiento que se le dio en el resto de la prensa. En su editorial del 4 de mayo decía que si los mercados se tomaban a mal el “affair”, refiriéndose con ello a la polémica en que se vio envuelto el nombramiento de Duisenberg durante el fin de semana inmediatamente anterior, sería comprensible, pero injustificado. “El Banco Central Europeo -decía- será gobernado por una impresionante formación de banqueros y economistas, ninguno de los cuales con historial profesional pusilánime a presiones políticas”.

Ya en los días inmediatamente posteriores al lanzamiento social del euro, *Financial*, bajo el título “La primera semana del euro”, se pronunciaba en los siguientes términos en su editorial de la página 10 de la edición del 5 de enero de 2002 [compárese este texto con el de la descripción de los primeros días de existencia de la nueva divisa hecha por Andrew Alexander en la página 14 del *Daily Mail* del 4 de enero de 2002, a la que nos hemos referido con anterioridad]: “Las antiguas monedas de la zona euro parecen haber desaparecido sin notable dolor [...]. El éxito de la introducción de los billetes y monedas de euro es un gran ejemplo de la habilidad de los líderes de la Unión Europea para activar cambios complejos con excelencia técnica [...]. El triunfante debut de la nueva moneda también reinició el debate en el Reino Unido sobre el futuro de la libra. Tony Blair dijo [...] que la realidad del euro en doce países europeos podría proporcionar una plataforma para un exitoso referéndum sobre la participación británica [...]. Su llegada sin complicaciones remueve un argumento contra la participación en el euro en el Reino Unido, en Dinamarca y en Suecia, los otros dos Estados miembros fuera de la unión monetaria [...]. Con la introducción de la nueva moneda, los líderes de la Unión Europea han mostrado un coraje y una destreza notables”.

Por la propia naturaleza del periódico, inclinada a lo económico, *Financial* ha insertado en sus páginas numerosos reportajes en profundidad sobre el euro que, ni en número ni en tratamiento pueden compararse a los de otros diarios.

Para el *Financial*, el Reino Unido es un país inapelablemente unido a los destinos del mercado común europeo y que opera económica y políticamente en este particular espacio de natural pertenencia. El obsesivo asunto de la soberanía no tiene cabida en su discurso si no es para reconocer su poco menos que inevitable -y conveniente- cesión a instituciones supranacionales.¹⁰ En su editorial de la página 23 de la edición del 24 de abril de 1997, titulado “Europa es el asunto”, lo dejaba claro: “El Reino Unido necesita a Europa, y Europa necesita al Reino Unido. La suerte de los negocios británicos está inextricablemente unida a la preservación y extensión del mercado único, que descansa a su vez en una continuada participación del Reino Unido en las estructuras políticas de la Unión Europea. Más en general, la influencia del Reino

¹⁰. En numerosas ocasiones, algo desusado en el grueso de la prensa británica, *Financial* ha reclamado regulación por parte de Bruselas.

Unido en el mundo está cada vez más en función de su pertenencia a la Unión Europea. La falta de compromiso no es una opción que cualquier gobierno pudiera responsablemente contemplar”.

En lo histórico-cultural, el discurso de *Financial* es totalmente desapasionado y se significa por su seriedad, por su respeto y por la naturalidad con que trata los temas sin caer en el patriotismo desaforado, absurdo y un tanto cómico de otros. Ya en el nivel léxico-semántico es muy perceptible el uso de un vocabulario más cuidado, más aséptico, más literario y, por qué no, más periodístico que folletinesco.

No tan desapasionado como el de *Financial Times* es el discurso detectado en el único tabloide pro-comunitario, *Daily Mirror*.

Mientras en el periodo pre-electoral británico de la primavera de 1997, el resto de la prensa sensacionalista clamaba por la potencial amenaza que para el empleo del país supondría la adhesión del Reino Unido a la moneda común, *Mirror* advertía de todo lo contrario. En su página 2 de la edición del 12 de marzo de 1997, Kevin Reilly, Clinton Manning y Emily Wilson firmaban una unidad de texto titulada “Nos encantan los 72 mil millones de libras de la Unión Europea, advierten los jefes a Major”, en la que decían: “Altos jefes advirtieron ayer que abandonar la Unión Europea podría costarle a [Gran] Bretaña 72 mil millones de libras. Y dijeron que la eurofobia conservadora [del Partido Conservador] amenazaba a miles de puestos de trabajo [...]. Y criticaron la equivocada creencia de que una actitud hostil hacia Europa va en nuestros mejores intereses”. Y unos días después, concretamente el 17, y sin abandonar el terreno de lo económico, Clinton Manning en solitario ofrecía en la página 22 los datos de un estudio de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo en Europa) relativos a los índices históricos de inflación comparada, según los cuales, el caso británico, como en los años setenta y ochenta, seguía arrojando, ya en los noventa, peores datos que los del resto de los países de la Unión.

Daily Mirror representó los acontecimientos que envolvieron al nombramiento de Wim Duisenberg como presidente del Banco Central Europeo de manera muy distinta a cómo lo hizo la prensa más combativa con el hecho comunitario. Para esta cabecera, lo sucedido en aquel primer fin de semana de mayo de 1998 fue fruto de la confrontación de dos concepciones del mismo puesto: la de los alemanes, interesados en una dirección del Banco Central Europeo no sometida a presiones políticas, al estilo del Bundesbank; y la de los franceses, más proclives al nombramiento de un presidente “sensible” a las opiniones de los políticos.

En pleno escollo sobre la designación del más alto mandatario de la máxima autoridad europea en materia monetaria, *Daily Mirror* editorializaba así en la página 6 de su edición del 2 de mayo de 1998: “La mayor parte de los países europeos van a dar un histórico paso adelante este fin de semana. Darán su aprobación a los planes de introducir la moneda única. Aunque nuestro primer ministro [Tony Blair] presidirá el encuentro, este país va a quedarse al margen [...]. Se espera que en pocos años el euro

rivalice con el poderoso dólar como mayor moneda internacional. [Gran] Bretaña no puede estar todavía al margen para entonces”.

La disensión de *Mirror* con el resto de los tabloides no fue a menos a medida que se acercaba el momento de la oficialización definitiva de la nueva moneda. El 1 de enero de 1999, Nigel Morris, en un texto de la página 7 titulado “Un millón de empleos en riesgo si no nos unimos”, volvía sobre argumentos económicos para justificar la conveniencia de la adhesión británica a la nueva moneda: “El Movimiento pro-Europeo dijo que el promedio de las hipotecas británicas podría ser 60 libras al mes más barato si nos uniéramos a la moneda única a los actuales tipos de interés”. Finalmente, Gran Bretaña no se unió, pero a *Mirror*, como expresaba en la página 7 de la edición del 1 de enero de 2002 su mayor experto en asuntos de Gobierno británico, Paul Gilfeater, no le quedaban dudas de que “Nosotros -como rezaba parte del titular- somos los siguientes”.¹¹

Como también es frecuente en sus “compañeros de viaje” en la causa europeísta, *Daily Mirror* suele recurrir al discurso secundario -correa de transmisión- para transmitir tesis europeístas. El 2 de enero de 2002, de nuevo era el jefe de la sección de negocios del periódico, Clinton Manning, el que, en la página 7 y bajo el titular “Uníos; el Reino Unido urgido a desechar la libra mientras Europa celebra un día histórico”, se hacía eco de los llamamientos de banqueros y políticos europeos a la adhesión británica al proyecto de moneda común. Dos días después, James Hardy, jefe de la sección de política, y Paul Gilfeater firmaban en la página 2 un texto con declaraciones del primer ministro británico encabezado por un elocuente “Nosotros no huiremos del euro; Blair dice que el Reino Unido se prepare para la moneda única”.

Daily Mirror saludó con optimismo la adhesión de Irlanda del Norte a la nueva moneda. Lo dejaba claro en su editorial de la página 8 de su edición para el Ulster del 2 de enero de 2002, titulado “Hay que acostumbrarse a él, el euro está aquí para quedarse”: “Los catastrofistas comerciantes que predecían confusión generalizada, pánico y lo peor para los países de la zona euro tuvieron ayer un mal día [...]. El euro está aquí para quedarse -no sólo en los países de la zona euro sino también en Irlanda del Norte”.

El 5 de enero de 2002, “La voz del *Mirror*: la Unión Europea sabe que es así” resonaba en el editorial de su página 6: “El número de grandes empresas británicas opuestas a unirse al euro es pequeñito -menos del 5 % [...]. Es decepcionante que tantos todavía hurten su respaldo en público a lo que aceptan en privado [...]. Esta reluctancia podría explicarse por la del propio gobierno sobre la moneda única. Incluso el funcionario encargado de los cinco test del Tesoro admite que son una farsa. El único test auténtico es si unirse al euro será bueno para el futuro de este país. La mayor parte de la industria, la gente de los negocios y los líderes sindicales saben que

¹¹. El resto del titular aludía a la necesidad previa de que Gordon Brown trazara los cinco test condicionales para la adhesión definitiva.

lo es. Lo que [Gran] Bretaña necesita en el asunto es liderazgo”.

Ya en términos histórico-culturales, *Daily Mirror* no recurre a descalificaciones ni a discursos peyorativos de otras nacionalidades y tampoco “instrumentaliza” elementos de singularidad nacional británica, lo que, por otra parte, carecería de sentido en páginas periodísticas de corte europeísta.

4. Conclusiones

A grandes rasgos y teniendo en cuenta sólo diarios nacionales, el panorama periodístico británico se divide en dos grandes tipos de prensa: por un lado, los “broadsheets” y, por otro, los “tabloids”. Tanto en un grupo como en el otro existen periódicos de línea editorial “euroescéptica” y periódicos de línea editorial “europeísta”. Entre los “broadsheets” euroescépticos se encuadran *The Times* y *The Daily Telegraph*, y en el lado europeísta *Independent*, *The Guardian* y *Financial Times*. Por lo que a “tabloids” se refiere, *The Sun*, *Daily Mail* y *Daily Express* son los grandes abanderados del euroescepticismo, mientras que el *Daily Mirror* está más próximo a tesis europeístas. Traducido a cifras de circulación, esto significa más de ocho millones y medio de ejemplares diarios de corte euroescéptico y unos tres millones y medio de corte europeísta. Y a lo cuantitativo habría que sumarle lo cualitativo, es decir, el grado de compromiso que cada cabecera tiene con sus tesis ideológicas y que, por lo general, lleva a los euroescépticos a defender sus posturas con más vehemencia que la que emplean los europeístas en defender las suyas. Así, mientras que para los euroescépticos la adopción del euro -identificada a menudo con la tendenciosa idea de “abolir la libra”- sería poco menos que el fin del Reino Unido, para los partidarios de la entrada en la unión monetaria es simplemente una cuestión de equilibrio y racionalidad.

No son pocos los que ven en el campo de la estructura de la propiedad de la prensa británica una de las explicaciones al giro antieuropeísta experimentado por ésta desde aquel apoyo entusiasta de 1975. Ninguno de los dos grandes barones, el australiano nacionalizado estadounidense Rupert Murdoch y el canadiense Conrad Black,¹² parece más cercano a sensibilidades europeístas que a intereses ideológicos y empresariales transatlánticos. Ambos son enconados defensores del libre mercado, de las desregulaciones y del capitalismo anglo-americano. No son precisamente simpatizantes ni de la “Europa social” ni de las regulaciones de Bruselas y, en más de una ocasión, se han pronunciado abierta y públicamente a favor de un mayor acercamiento del Reino Unido a Estados Unidos en detrimento de la relación con la Europa continental.

Otro hecho importante ha sido la ascensión a puestos de influencia de una

¹² Rupert Murdoch es el propietario de las cabeceras de News International, filial en el Reino Unido de News Corporation, que agrupa a *News of the World*, *The Sun*, *The Times* y *The Sunday Times*. Conrad Black es el propietario de *Spectator* y lo fue del grupo Telegraph hasta su venta.

generación de periodistas formados profesionalmente durante la era de Margaret Thatcher, en un marco ideológico de marcado acento euroescéptico.

La prensa actual británica es un caso ejemplar de prensa altamente politizada y partidista. Aunque no siempre ha sido así. Los periódicos británicos manifiestan abiertamente sus intenciones de influir en el voto de sus lectores no sólo en las secciones de opinión, sino también en las páginas de noticias.

La dilación de los Gobiernos laboristas en convocar un referéndum sobre el euro está influida, primero, por la convicción del gabinete de que antes de la convocatoria se debe asegurar un nivel razonable de apoyo en la prensa y, segundo, por los cálculos de que llevará tiempo lograr ese apoyo. No obstante, parece claro que la tibieza política no favorece a la causa del euro: los británicos no contestan igual a la pregunta de “cómo votaría” que a la de “cómo votaría si el Gobierno urgiera a la adhesión a la nueva moneda”. En este sentido se aprecia una falta de liderazgo político, todo lo contrario que en vísperas del referéndum de 1975.

5. Referencias bibliográficas

ANDERSON, Peter J., WEYMOUTH, Anthony

1999: *Insulting the public? The British Press and the European Union*. London, New York, Longman.

BILEFSKY, Daniel Stephen

1997: *Fleet Street Meets Maastricht: The European Union and the British Press in 1992*, Thesis, St. Antony's College. Oxford, University of Oxford.

DÍEZ MEDRANO, Juan

2003: *Framing Europe: Attitudes to European integration in Germany, Spain, and the United Kingdom*. Princeton, Woodstock (Oxfordshire), Princeton University Press.

RIDDELL, Peter

1998: “EMU and the Press”, en DUFF, Andrew (Hg.): *Understanding the Euro*. London, Federal Trust, pp. 105-116.

WERDER, Olaf

2002: “Debating the Euro. Media Agenda-Setting in a Cross-National Environment”, en *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, nº 3, vol. 64. London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, pp. 219-233.